

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Konvergensi Media

Konvergensi media memiliki arti proses penggabungan dari beberapa media platform menjadi pusat jaringan terpadu. Grant dan Wilkison (2010) menjelaskan bahwa konvergensi media memberikan lebih banyak pilihan kepada pemirsa, termasuk konten yang beragam. Hal ini memberikan dampak yang besar pada proses produksi media dalam proses kolaboratif untuk mengelola dan mengintegrasikan platform tersebut menjadikan sistem tersebut terintegrasi secara digital. Dengan munculnya konvergensi media dapat merubah asupan media masyarakat, penyebaran informasi hingga sumber media.

Menurut Grant dan Wilkinso dalam bukunya menjabarkan bahwa konvergensi media memiliki lima dimensi dasar,yaitu¹⁴:

1. Konvergensi Media

Konvergensi media menjadi penyebab utama di balik munculnya konvergensi media itu sendiri, dan perkembangan teknologi menciptakan ruang bagi masyarakat untuk terus berinovasi. Oleh karena itu, konvergensi media selalu disertai dengan perkembangan teknologi yang dinamis. Pengertian teknologi dalam kegiatan konvergen merupakan sebuah teknologi yang saling

¹⁴ Popy Dayana. (2021). *Konvergensi Media Massa Studi Strategi Survive Pada Harian Berita Kota Makassar*. Hal. 24-25.

bertemu biasanya disebut dengan teknologi atau komunikasi dan konten. Konvergensi teknologi informasi dan Komunikasi (TIK), meliputi penggabungan antara perangkat keras dan perangkat lunak dari teknologi informasi ke dalam sistem telekomunikasi, digitalisasi jaringan dan peningkatan jaringan internet.

Konvergensi media menjadi bagian dari mediamorfosis yaitu dimana sebuah transformasi media komunikasi yang timbul sebagai implikasi dari adanya hubungan timbal balik antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, serta berbagai inovasi teknologi dan sosial. Konvergensi media dapat merujuk pada platform yang biasa masyarakat umum kenal sebagai multimedia, yaitu penyatuan dua medium komunikasi atau lebih.¹⁵

Perkembangan teknologi dan juga mediamorfosis pada akhirnya berujung pada konvergensi media, yaitu fungsi media kolaborasi dalam satu perangkat media. Konvergensi adalah kata yang digunakan untuk menggambarkan perusahaan teknologi industri, budaya dan sosial yang datang bersama-sama dari industri yang sebelumnya terpisah (komputasi, dicetak, film, audio, dan sejenisnya) yang semakin menggunakan teknologi yang sama atau terkait dan pekerja terampil. Hal ini berarti konvergensi media dapat digunakan sebagai penanda perubahan elemen komunikasi: media, kultur, khalayak, teknologi, dan industrinya.¹⁶

Puspitaningrum, O. D. (2022). *Konvergensi Media Dan Memori Kolektif Masyarakat Indonesia*. 2(11). Hal. 2.

¹⁶ Hana, F., & Iswahyuningtyas, C. E. (2017). Konvergensi Media Dan Mediamorfosis: Evaluasi Strategi Digitalisasi Media Cetak Di Majalah Tempo. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 01(01). HAL. 658.

Konvergensi media ternyata bukan hanya berpengaruh pada perubahan proses jurnalistik tapi juga menyangkut ke berbagai aspek kehidupan. Ia berdampak pada konsumsi media masyarakat persepsi public, penyebaran informasi dan literasi media. Singkat kata, konvergensi media bakal menghadirkan konstruksi social media baru yang belum pernah terjadi sebelumnya.¹⁷



Gambar 2.1

Bagan Proses Konvergensi Media

Konstruksi sosial media baru dihasilkan dari proses ekspresi dan proyeksi sosial pekerja di media yang berbentuk siaran, tayangan dan tulisan di media yang mengandung ideologi dan kepentingan pemilik, pemegang saham, redaktur, produser, penulis atau editornya. Siaran, tayangan dan tulisan inilah yang kemudian membangun dalam relasi sosial antara pekerja di media dan juga masyarakat sekitar. Relasi sosial, kata Marx Schulman bagi seorang wartawan dengan orang lain dalam mediana, bertujuan menyingkap kebenaran. Hal ini

¹⁷ Dudi Iskadar, “Konvergensi Media: Perbaruan Ideologi, Politik dan Etika Jurnalisme”, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018), hlm. 4.

disebabkan siaran, tayangan dan atau tulisan untuk khalayak, baik yang dijual ataupun digratiskan akan membentuk makna tertentu.¹⁸

Makna terjadi karena adanya tanda. Ada tiga jenis makna dalam sebuah proses komunikasi, yaitu: makna si penutur, makna bagi si pendengar, dan makna tanda (*sign meaning*) yang melekat pada tanda itu sendiri. Makna ketiga merujuk pada sifat yang inheren pada tanda tersebut sehingga diketahui apakah penggunaan kata dan gagasan tersebut tepat atau tidak.

Dalam media masa, interaksi adalah melalui siaran, tayangan tidak bebas nilai. Ia dikonstruksi dan mengkonstruksi makna tertentu tergantung orang yang memproduksi dan mengkonsumsinya. Tayangan, tulisan dan juga siaran yang dilontarkan dan juga menjadi perbincangan khalayak disebut wacana (*discourse*). Makin besar wacana yang dihasilkan melalui media, makin besar peluang memproduksi makna untuk khalayak. Banyak cara yang dilakukan media dalam memproduksi wacana antara lain, strategi *signing*, *framing*, dan *priming*. *Signing* adalah penggunaan tanda-tanda bahasa, baik verbal maupun nonverbal. *Framing* adalah pemilihan wacana berdasarkan pemihakan dalam berbagai aspek wacana. Sementara itu, *priming* berarti mengatur ruang atau waktu untuk mempublikasikan wacana dihadapan khalayak.

Secara umum, konvergensi adalah konsep yang beragam. Tidak hanya menggabungkan perubahan teknologi saja, tapi juga merujuk pada

¹⁸ Dudi Iskadar, “Konvergensi Media: Perbaruan Ideologi, Politik dan Etika Jurnalisme”, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018), hlm. 5.

perubahan besar pada struktur industri, khalayak atau perilaku pengguna, bentuk budaya dan komunikasi praktis. Dalam perspektif ekonomi politik, Tim Dwyer berpendapat bahwa konvergensi sebagai sebuah proses dimana teknologi baru diakomodasikan oleh media yang sudah mapan dan industri komunikasi serta budaya. Jenkins juga mendeskripsikan bahwa konvergensi tidak menyebabkan media lama runtuh dan tergantikan oleh media baru. Yang terjadi hanyalah, berbagai bentuk media itu saling melengkapi, sesuai dengan perkembangan teknologi. Menurut Jenkins, konten media berubah. Audiens berubah. Status sosial juga berubah. Tetapi begitu sebuah media memantapkan dirinya untuk memuaskan beberapa permintaan. Konvergensi harus dipahami terutama sebagai proses teknologi yang menyatukan beberapa fungsi media dalam perangkat yang sam. Sebaliknya, konvergensi mewakili pergeseran budaya karena konsumen didorong untuk dapat mencari informasi baru serta membuat koneksi diantara konten media yang tersebar.

Media digital tidak selamanya harus memiliki organisasi yang kompleks dan jurnalis yang banyak, sebagaimana halnya media cetak dan televisi. Teknologi internet membuat siapa pun bisa memproduksi konten. Karena itu, model organisasi media klasik yang membutuhkan banyak tenaga kerja, khususnya wartawan, kini biasa saja tidak dilakukan. Sebagai sebuah media yang memanfaatkan internet, dengan teknologinya yang terus berkembang, serta selera pembaca yang terus berubah, membuat media online harus memiliki tim yang solid dalam mengatur strategi perusahaan. Termasuk bagaimana menyediakan berbagai inovasi baru untuk memberi kemudahan

bagi pembaca dalam mengakses sebuah content media. Apalagi, inovasi tersebut juga dibutuhkan untuk memanjakan audiens, karena bagaimanapun tingkat persaingan media online sangat tinggi. Belum lagi dengan kehadiran media sosial yang kecenderungannya bisa mengalahkan media online. Dalam banyak hal, media sosial lebih dipilih oleh audiens sebagai sumber informasi dari pada media online sebagai media mainstream.

Konsep konvergensi telah digunakan secara umum untuk menggunakan kemampuan teknik media yang saling membaaur atau menyatu. Namun konsep itu terus berkembang pengertiannya dan didefinisikan secara luas oleh berbagai ahli. Konvergensi dapat terjadi karena didukung oleh tiga C yaitu computing (industri komputer dan teknologi informasi), *communications* (infrastruktur dan jaringan telekomunikasi), dan *content* (informasi, games, berita). Produk ketiganya saling bergabung untuk menghasilkan produk yang baru. Pertama pada saat computing menyatu dengan content media, akan menghasilkan DVD dan *compact disk room*. *Content* media seperti film, drama seri pelajaran, informasi dapat disimpulkan dalam bentuk DVD dan dipasarkan ke konsumen.

Manajemen media yang dijalankan oleh media online tentu memiliki karakteristik berbeda beda dengan media konvensional, seperti halnya media yang berbasis cetak. Kehadiran internet dan juga kemajuan teknologi membuat orang bisa mengakses informasi dimana saja secara cepat dan lengkap sesuai kebutuhan dengan teknologi *mobile*. Pada saat inilah konvergensi media kan mencapai titik maksimal. Titik esensialnya adalah bahwa keunikan internet

terletak pada efisiennya sebagai sebuah medium. Demikian halnya dalam pencarian dan penulisan informasi, media online memiliki pemaknaan yang berbeda dalam hal *deadline*, *editing* dan produksi informasi/ berita. Penayangan (upload) informasi lebih diutamakan karena inilah yang menjadi salah satu keunggulan media online.

Selain itu juga desain dan visualisasi media *online* bisa berubah setiap saat tergantung pada perubahan isi yang bisa berubah-ubah karena selalu *di-update*. Dan oleh karenanya, ciri khas kapasitas informasinya hampir tak terbatas, maka media *online* bisa menyediakan bank data, arsip, referensi, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan berita, maka ada fasilitas-fasilitas yang harus dimunculkan di media online seperti misalnya mesin pencari (*search engine*). Salah satu bentuk transformasi itu adalah keberadaan virtual *news room* atau berita virtual. Ruang berita virtual ditandai dengan tanpa batas fisik. Pekerjaan dilakukan melalui melalui surat elektronik , akses elektronik jarak jauh ke basis data, dan kemampuan untuk mengirimkan konten multimedia melalui infrastruktur telekomunikasi public yang ada, jurnalis dapat bekerja sepenuhnya dari lapangan tanpa perlu dating dan masuk keruang redaksi dan untuk membuat naskah berita atau mengirim file gambar kepada editor karena semua bisa dilakukan melalui dunia maya.

Fenomena konvergensi media membuat perusahaan media tradisional (seperti: perusahaan media surat kabar, majalah, penerbitan, buku, televisi, radio) melakukan berbagai strategi untuk dapat bertahan menghadapi tantangan dan perubahan media dan teknologi. Gerakan konvergensi media

tumbuh secara khusus akibat dari munculnya internet dan digitalisasi informasi. Sejumlah media lama seperti media cetak dan media siaran berbasis elektronik melakukan berbagai perubahan dengan menghadirkan konten versi online di internet. Hal ini dilakukan guna mempertajam persaingan di ranah digital. Media cetak di Indonesia berbondong-bondong melakukan transformasi dan mendirikan portal berita daring untuk menyuguhkan berita dalam versi online.

Penyajian berita antara surat kabar online dan juga cetak pada dasarnya sama. Hal yang membedakan adalah dari segi jarak teristik media itu sendiri. Feedback atas suatu pemberitaan dapat diberikan langsung oleh pembaca setelah mereka membaca berita atau artikel di media online. Pemberitaan pada media surat kabar online lebih singkat bila dibandingkan dengan media cetak. Gerakan konvergensi media secara khusus sebagai akibat dari munculnya internet dan digitalisasi informasi.¹⁹

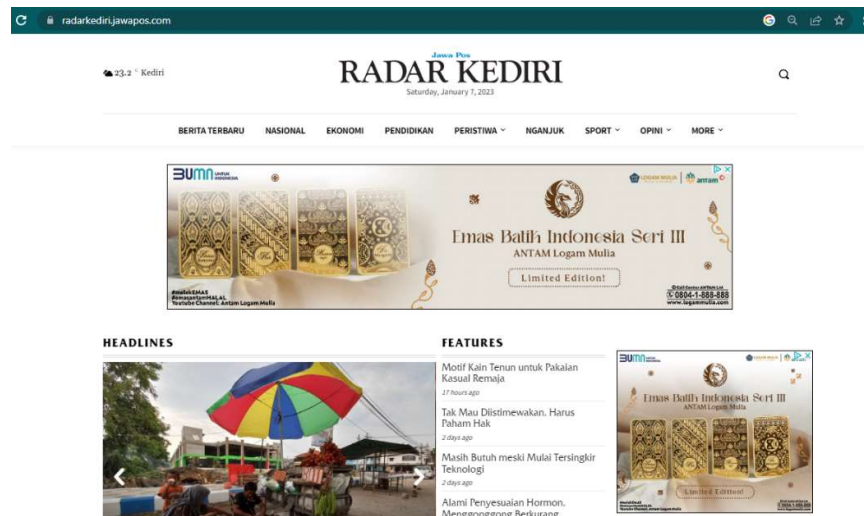
Media online secara umum adalah segala bentuk media yang hanya bisa diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud dengan media online adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara online, baik itu segala jenis media cetak maupun media elektronik. Dengan adanya konvergensi media, maka makin beragam pula konten yang disajikan serta adanya interaktivitas dari pengguna platform media yang memberikan komentar bahkan menyebarkan (*share*) terhadap konten yang dibuat oleh instansi atau perusahaan. Sehingga akan meningkatkan ketertarikan

¹⁹ Dr. Ir. Yuni Mogot-Prahoru, “Manajemen Surat Kabar Paduan Ilmu, Pengetahuan, Seni, Nurani, dan Intuisi”, (Jakarta Timur: Penerbit Prenada Media, 2021), Hal.169.

yang lebih maksimal dari pengguna media platform. Selain dampak positif yang ditimbulkan oleh adanya konvergensi media, ternyata muncul pula beberapa dampak negative yang menyertai, diantaranya ramai bermunculan informasi atau berita palsu (*hoaks*), kecenderungan candu menggunakan media internet dan lain sebagainya. Hal ini dapat disikapi dengan bijak oleh individu pribadi beserta dengan orang terdekat agar kedepannya bahaya negative dari media internet dapat diatasi dengan baik.

2. Bentuk-bentuk konvergensi media

Bentuk-bentuk konvergensi media yang dilakukan oleh radar kediri melalui web, dan juga media social. Radar kediri memiliki situs web dengan nama Radar Kediri, seperti yang terlampir pada gambar dibawah ini :

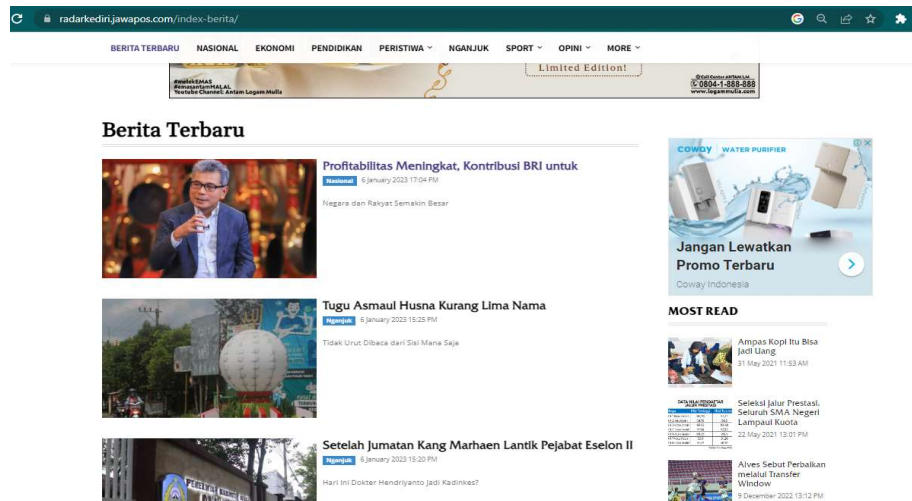


Gambar 2.2

Website Radar Kediri

Dalam situs web Radar Kediri memiliki beberapa kategori berita yang dapat dinikmati oleh para pembaca Radar Kediri, diantaranya:

Berita Terbaru meliputi berita harian dan juga hot news.

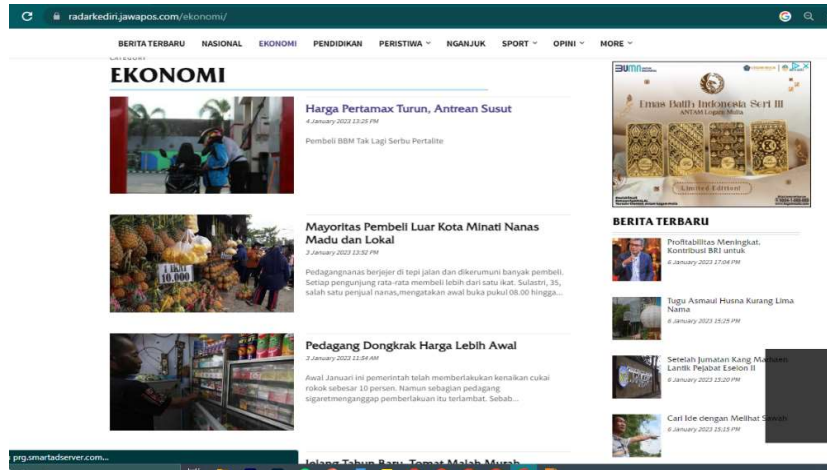


Gambar 2.3

Website Radar Kediri Rubrik Berita Terbaru

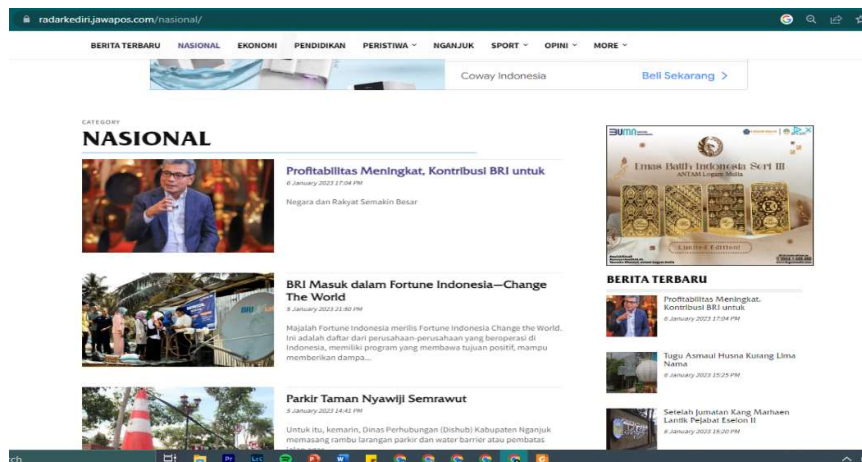
Berita Nasional meliputi berita yang tidak hanya lingkup area kerassidenan kota kediri saja, namun juga berita yang terjadi pada seluruh daerah nasional.

Ekonomi meliputi berita tentang perkenomian yang sedang dialami pada daerah kerassidenan kota kediri.



Gambar 2.5

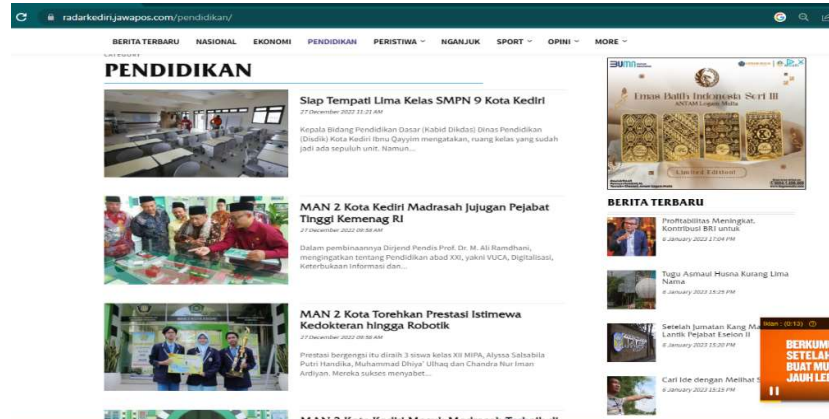
Website Radar Kediri Rubrik Berita Ekonomi



Gambar 2.4

Website Radar Kediri Rubrik Berita Nasional

Pendidikan meliputi berita seputar pendidikan yang ada pada daerah kerassidenan kediri

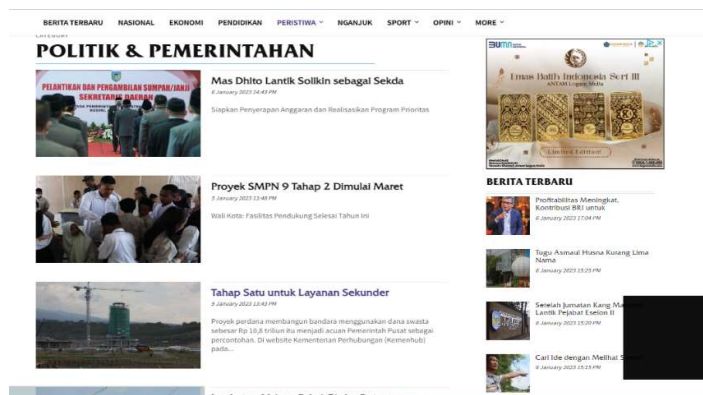


Gambar 2.6

Website Radar Kediri Rubrik Berita Pendidikan

Peristiwa, meliputi berbagai peristiwa yang terjadi seperti peristiwa kecelakaan, Operasi lalu lintas dan informasi seputar peristiwa lainnya yang sedang terjadi di daerah kerassidenan kediri. Selain itu pada kategori peristiwa terdapat kategori lainnya yang termasuk kedalam peristiwa yaitu:

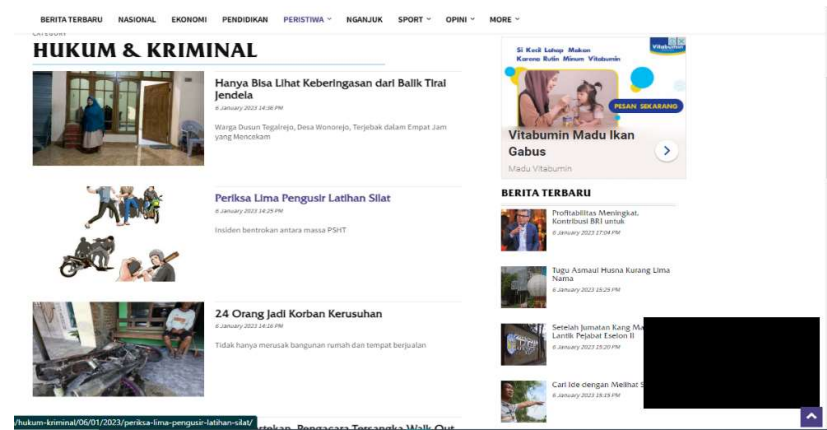
Politik dan Pemerintahan



Gambar 2.7

Website Radar Kediri Rubrik Berita Politik dan Pemerintahan

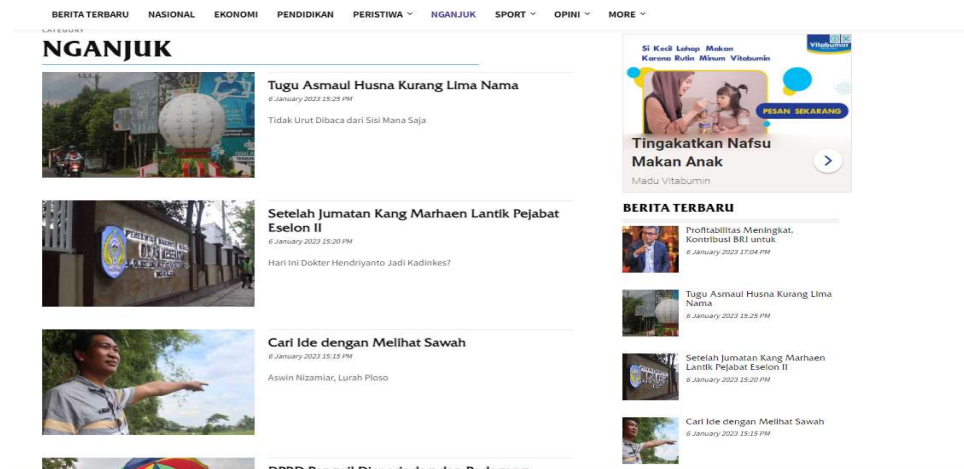
Hukum dan Kriminal



Gambar 2.8

Website Radar Kediri Rubrik Berita Hukum dan Kriminal

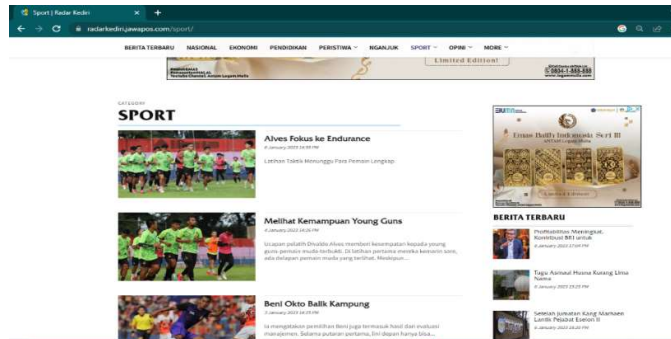
Nganjuk, dalam kategori nganjuk mencakup seputar berita dari berbagai peristiwa yang terjadi di area kerassidenan nganjuk.



Gambar 2.9

Website Radar Kediri Rubrik Berita Nganjuk

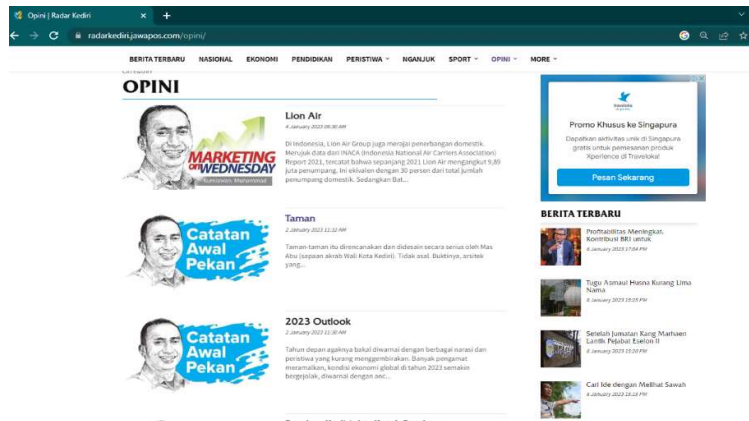
Sport, dalam kategori sport meliputi seputar berita olahraga yang terdiri dari persik dan persedikab.



Gambar 3.0

Website Radar Kediri Rubrik Berita Sport

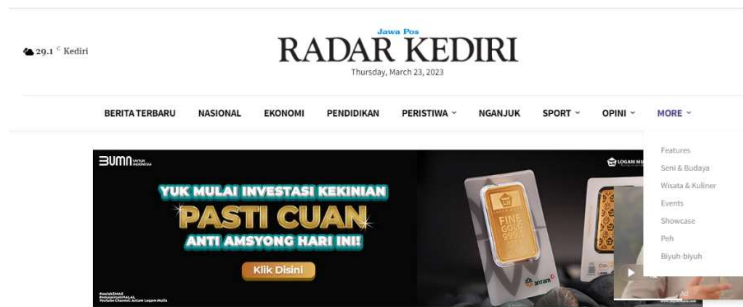
Opini, meliputi berita catatan awal pekan, catatan minggu, marketing on Wednesday, dan sudut pandang.



Gambar 3.1

Website Radar Kediri Rubrik Berita Opini

Yang terakhir dalam kategori More terdapat berbagai berita yang terdiri dari: Features, Seni & Budaya, Wisata dan Kuliner, Event, Showcase, PEH, dan juga Biyuh-biyuh.

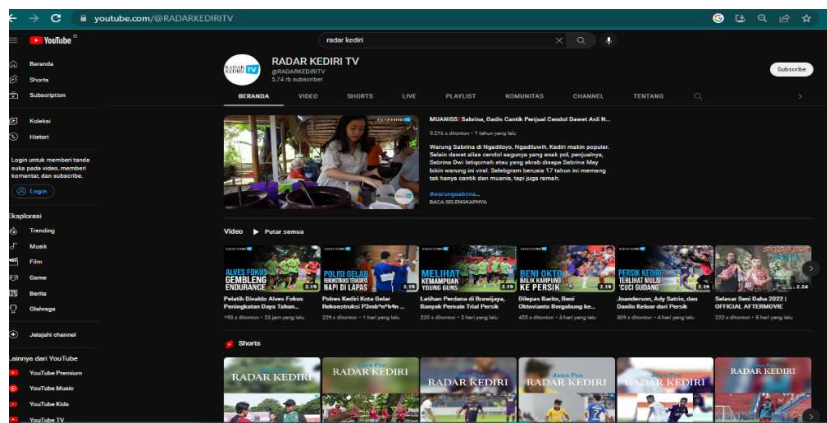


Gambar 3.2

Website Radar Kediri Rubrik Berita More

Selain berkonvergensi melalui web radar kediri juga berkonvergensi melalui berbagai media platform seperti:

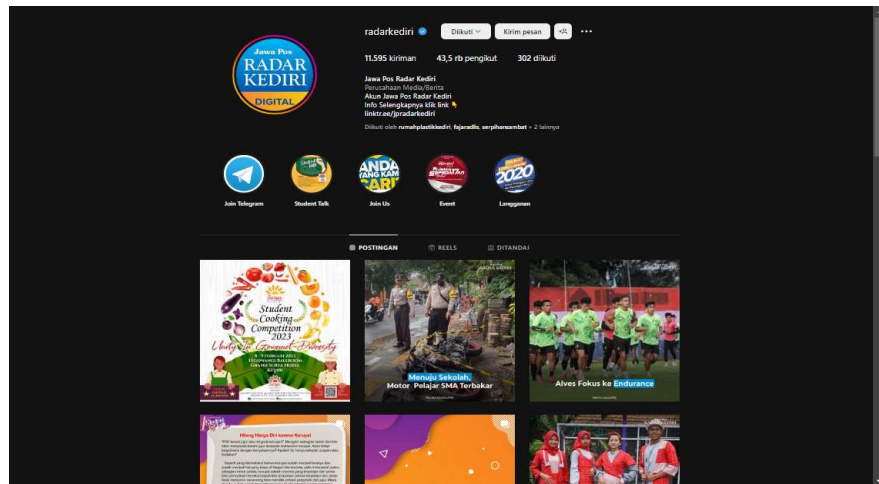
Youtube yang memiliki 5.74rb Subscriber dengan berbagai macam konten menarik, yang tidak hanya berita saja namun juga informasi yang dapat menginspirasi masyarakat.



Gambar 3.2

Gambar Channel Youtube Radar Kediri

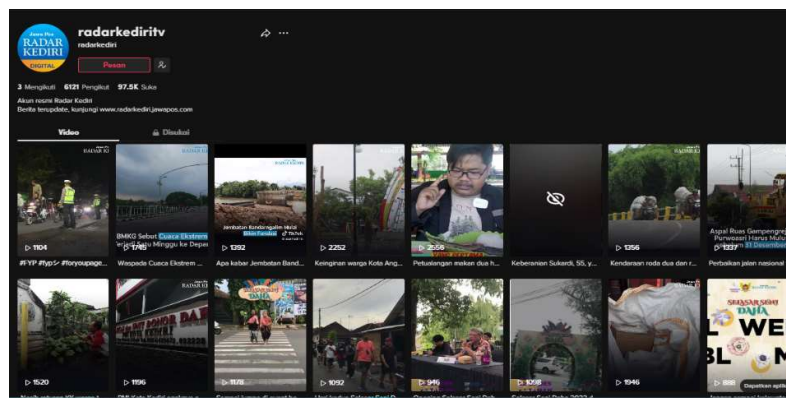
Instagram yang memiliki 43,5 ribu followers, dengan 11.595 postingan yang memudahkan pembacanya membaca berita dari mana saja serta kapan saja.



Gambar 3.3

Gambar Akun Instagram Radar Kediri

Pada akun tiktok Radar Kediri memiliki 6121 pengikut dan 97.5 ribu like.



Gambar 3.4

Gambar Akun Tiktok Radar Kediri

Twitter Radar kediri memiliki 19 pengikut.



Gambar 3.5

Gambar Akun Twitter Radar Kediri

Selain youtube, instagram, twitter, facebook, dan juga tiktok, Radar Kediri juga memiliki channel telegram dengan jumlah 64 pelanggan yang merupakan pembaca langganan Radar Kediri.



Gambar 3.6

Gambar Akun Channel Telegram Radar Kediri

3. Konten multimedia

Konten multimedia merupakan suatu komponen utama dari adanya konvergensi media karena media tradisional yang sebelumnya berdiri sendiri akan mencoba meramba ke dalam bentuk digital. Hal ini dimaksudkan agar dapat memperluas jangkauan publikasi. Media memerlukan konten dalam format multimedia untuk publikasi. Pada konvergensi model konten, produk berita yang mengalami konvergensi, di mana berita dapat disajikan dalam bentuk yang beragam seperti teks, gambar, video, radio, podcast, dan lain sebagainya.

Secara Substantif, konten media konvergen belum terlalu banyak berubah. Perubahan yang jelas ialah kecepatan jangkauan serta durasinya yang sudah tidak terbatas lagi. Ada dinamika demassifikasi, yaitu suatu kondisi Ketika ciri utama media massa menyebarkan informasi secara massif menjadi lenyap, karena arus informasi menjadi semakin personal, tiap-tiap orang atau individu memiliki kebebasan dalam memilih informasi yang mereka butuhkan.

Masyarakat sudah semakin cerdas. Masyarakat sudah tidak bisa lagi mudah dimobilisasi dengan informasi normative dan politis. Melalui *New media*, masyarakat bisa langsung mengomentari berita-berita yang keliru, salah kutip atau dirasa kurang objektif, sehingga wartawan yang menulis berita, juga perlu menjaga akurasi beritanya, agar Ketika mendapatkan kritikan bisa menjelaskan duduk persoalan yang sesungguhnya. Dalam beberapa kasus, berita di internet memang bisa menimbulkan salah paham. Terutama pada hal substantif seperti pemilihan narasumber maupun pemilihan akurasi berita yang

tradisi verifikasi belum sekokoh sebagaimana berita media cetak konvensional, seperti koran, tabloid atau majalah.²⁰

4. Kepemilikan

Kepemilikan media terbatas hanya pada satu orang atau tunduk pada satu naungan kepemilikan. Hal ini dapat berarti bahwa perusahaan media yang memiliki kapitalisasi besar dapat membeli media lain dan kemudian menjadi bagian dari perusahaan media di bawah naungannya, yang juga berarti memiliki anak perusahaan seperti media cetak yang juga mempunyai media online.

5. Kolaborasi

Ini adalah satu dimensi yang fokus pada konten dari berbagai platform untuk dibagikan dengan platform media lainnya. Tentu saja, semua platform bisa mendapatkan keuntungan dari kerjasama ini. Kolaborasi ini memungkinkan beberapa outlet media yang tidak dapat memproduksi untuk menampilkan konten yang sama setelah berkolaborasi.

Salah satu dimensi paling penting dalam konvergensi ialah kolaborasi antar-media. Kolaborasi ini sifatnya berbeda dengan konvergensi kepemilikan yang biasanya cenderung tergabung dalam tingkat *newsroom*. Dalam kolaborasi, konvergensi pun dapat dilakukan oleh media yang kepemilikannya berbeda ataupun jenis media yang berbeda. Konvergensi yang dilakukan biasanya berupa *sharing content* atau saling berbagi informasi di tingkat penyajian. Contoh kolaborasi ini misalnya kolaborasi antara *headline* berbagai

²⁰ M. Fikri A. R, “ Sejarah Media Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan” (Malang: UB Press, 2018), hlm. 34.

koran nasional yang biasanya turut disiarkan sebagai salah satu berita di acara Apa Kabar Indonesia di TV One atau bisa juga berita ramalan cuaca di televisi turut dimuat di koran esok paginya.²¹

6. Koordinasi

Perusahaan media telah mengoordinasikan para karyawan lintas divisi yang bekerja sama, terlepas dari persyaratan bahwa satu karyawan harus dapat melakukan banyak tugas untuk menyelesaikan semua hal. Namun, masing-masing divisi sangat membutuhkan satu sama lain dan tidak bisa berdiri sendiri, sehingga memerlukan koordinasi.

Dampak yang ditimbulkan dari adanya konvergensi tidak hanya mempengaruhi perkembangan teknologi, tetapi juga jangkauan keuntungan politik dan ekonomi dari penerapan konvergensi. Tentu saja hal ini menimbulkan masalah yang serius. Karena media dan teknologi saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat.

Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi tapi juga pergeseran dalam paradigma industry, budaya dan social yang mendorong konsumen untuk bisa mencari informasi. Kata kunci dari konvergensi adalah digitalisasi, karena seluruh bentuk informasi maupun data diubah dari format analog ke format digital dan dikirim dalam satu bit (*bitnary digit*). Karena informasi yang dikirimkan merupakan format digital, konvergensi mengarah

²¹ Prof. Dr. Khomsahrial Romli, “Komunikasi Massa”, (Jakarta: Penerbit, PT. Grasindo, 2016), hlm. 144.

kepada penciptaan produk-produk yang aplikatif sehingga mampu melakukan fungsi audiovisual.²²

Terjadinya konvergensi media di dukung oleh berbagai hal, seperti: kekuatan-kekuatan ekonomi, politik dan juga social yang memainkan peran besar dalam penciptaan teknologi-teknologi baru. Konvergensi industri media dan teknologi digital mengarah pada bentuk-bentuk yang dikenal sebagai komunikasi multimedia.²³

Transformasi media cetak kearah konvergensi dapat mengadopsi jenis konvergensi yang dikemukakan oleh Grant dan Wilkison (2010) yang dikenal dengan konvergensi jurnalistik. Konvergensi Jurnalistik mensyaratkan perubahan cara berpikir media tentang media dan peliputannya, termasuk cara media memproduksi berita dan menyampaikan berita kepada khalayak.

Sederhananya, konvergensi dalam dunia media adalah penggabungan berbagai jenis media yang selama ini dianggap sebagai sesuatu yang terpisah dan berbeda menjadi sebuah bentuk media baru yang tunggal dengan banyak fungsi di dalamnya. Konvergensi mengubah pola hubungan produksi-konsumsi yang selanjutnya memberikan dampak pada berbagai bidang kehidupan, mulai dari ekonomi, sosial, budaya, politik, dan pendidikan, semua itu diawali dengan maraknya penggunaan konvergen media di lingkup khalayak secara luas.

²² Aini Shofiya Asy, N., & Luthfi, M. (2018). Analisis Penerapan Konvergensi Media Pada Usaha Penyiaran Radio Di Ponorogo (Vol. 1). Hal. 3.

²³ Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi Media Pada Podcast Radar Jogja Digital Dalam Publikasi Berita Dan Perluasan Segmentasi Audiens. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(1). Hal. 64.

Mengingat pentingnya strategi konvergensi bagi media saat ini, maka untuk mampu bertahan dan unggul di tengah persaingan ketat industri media, para pemilik media dituntut untuk memiliki kekuatan untuk mengatur strategi konvergensi media secara tepat dan efisien. Sehingga pada akhirnya, fungsi strategi konvergensi media adalah agar audiens tetap setia pada media massanya.

Saat ini, keberadaan konten media yang beragam telah mengubah jurnalisme tradisional menjadi jurnalisme konvergen (*convergent journalism*) yang mampu mendistribusikan konten menggunakan berbagai media. Bentuk konvergensi media antara lain repetisi konten dari media konvensional ke media baru (*website*). Hal ini menguntungkan dan memudahkan karena tidak memakan waktu dan biaya yang banyak. Sementara di sisi lain dapat meningkatkan brand dari media sebagai wujud perluasan dan perkembangan organisasi medianya.

B. Digitalisasi Media

Digital berasal dari Bahasa Yunani yaitu *Digitus* yang memiliki arti yaitu jari jemari kata *Digitus* yang berarti jari jemari. Jumlah jari-jemari kita adalah 10, dan angka 10 terdiri dari angka 1 dan 0. Oleh karena itu, Digital merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on (*bilangan biner*). Semua sistem komputer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya.²⁴

²⁴ Aji, R., & Aji Editor Online Tribun Jateng, R. (2016). Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). In *Islamic Communication Journal* (Vol. 01, Issue 01). Hal. 44.

Dalam perkembangan teknologi digital didukung oleh kekuatan internet yang sudah membawa banyak sekali perubahan luar biasa dalam bidang komunikasi. Perkembangan di bidang komunikasi digital ini telah melahirkan berbagai jenis media komunikasi, mulai dari komunikasi luar angkasa serta kemiliteran yang sangat rumit, sampai pada telepon genggam yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk mengelola bisnis atau hanya sekedar menanyakan kabar pada seorang teman dalam kehidupan bersosial.

Teknologi digital merupakan teknologi yang sudah tidak menggunakan tenaga manusia atau manual. Namun, cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh computer. Di balik kepopulerannya, era digital menyimpan berbagai potensi dan dampak negative yang bisa merugikan manusia. Kemudahan segala macam pekerjaan dengan berbagai aplikasi dan juga teknologi, justru menjadikan seorang semakin lebih sedikit bergerak, aktifitas fisik semakin berkurang.

Banyak nya perkembangan era digital yang dilakukan di Indonesia termasuk media massa telah mengalami perubahan dalam menyampaikan informasi. Media online (internet) di era sekarang ini menggeserkan media massa konvensional. Walaupun hampir satu dasawarsa Indonesia terlambat dalam mengadopsi teknologi komunikasi khususnya internet. Namun budaya digital masyarakat Indonesia sangat cepat menerima perkembangan teknologi tersebut. Di lihat secara global Indonesia masuk dalam budaya digital yang di butuhkan dalam mencapai pertumbuhan yang positif sesuai dengan kemajuan jaman itu sendiri.

Perkembangan media massa di Indonesia telah mengalami banyak perubahan sejak adanya kehadiran teknologi internet, yang menyebabkan media cetak seperti koran atau surat kabar keberadaanya terancam. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya media cetak yang melakukan transformasi sesuai dengan zaman agar tidak tertinggal dan kalah saing dengan yang lain. Banyaknya informasi atau berita yang masuk dari berbagai arah membuat para pembaca pilihan untuk mengakses beberapa berita yang mereka inginkan.

Perubahan signifikan yang terjadi pada proses produksi, distribusi dan konsumsi informasi di era Teknologi Informasi Komunikasi terjadi seiring dengan perkembangan teknologi konvergensi media dan digitalisasi. Digitalisasi dapat mengubah format informasi yang sebelumnya berupa analog (konvensional) menjadi digital yang mudah diproduksi, diproduksi kembali, didistribusikan dan dikonsumsi dengan cepat.²⁵

Digitalisasi format informasi memberikan keuntungan bagi media cetak konvensional yakni pengurangan biaya cetak serta distribusi. Distribusi media cetak konvensional yakni pengurnagan biaya cetak dan distribusi. Distribusi media cetak konvensional memerlukan semacam jaringan distribusi konvensional seperti agen koran yang memakan biaya yang cukup besar. Sementara pada distribusi koran digital hanya memerlukan akses internet saja.

Berkembangnya teknologi akhirnya juga membuat masyarakat memilih yang lebih efisien. Kesibukan para masyarakat khususnya di daerah perkotaan

²⁵ Mutiara Rumata, V. (2018). *Digitalisasi Dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kualitatif Majalah Go Girl Dan Harian Suara Pembaharuan)* (Vol. 15). Hal. 129.

membuat mereka terkadang tidak sempat melakukan hal-hal yang memakan waktu. Kemunculan situs media online dan juga internet akhirnya dapat memperluas sumber informasi. Karena saat ini masyarakat sudah jarang membaca berita melalui surat kabar atau koran karena itu dianggap kurang praktis serta efisien, maka dari itu munculnya portal berita online dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi atau berita tanpa harus membawa koran atau surat kabar lainnya kesana kemari.²⁶

C. Pembaca

Dalam jurnalisme, Whitney menjelaskan bahwa karakter khalayak bagi jurnalisme adalah *sine qua non* atau ibarat raja. Khalayak selain menjadi konsumen dari media juga menjadi sumber pemasukan dari media itu sendiri, misalnya, media cetak menggantungkan rodak usahanya dari seberapa banyak pembaca yang membeli dan berlangganan.

Pembaca mempunyai 2 kategori. Yang pertama yaitu pembaca dengan tipe *passive reader*, memiliki arti bahwa seseorang yang melakukan kegiatan di waktu luang dengan membaca koran yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Koran mempunyai arti yang tersendiri yaitu sebagai suatu informasi mengenai kejadian yang sedang berlangsung. Pembaca tidak menilai berita yang mereka baca di dalam realita kehidupan mereka masing-masing. Sehingga koran memiliki arti hanya sebatas sumber bacaan tanpa adanya proses pembelajaran.

²⁶ Setiowati, D., Cheril, R., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Perkembangan Digitalisasi Media Pada Portal Berita Kompas Terhadap Minat Baca Masyarakat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). Hal. 30.

Sedangkan tipe pembaca *active reader* yaitu pembaca yang menilai koran bukan hanya bacaan untuk mengisi waktu luang dan sebagai sumber untuk mendapatkan informasi, namun mereka mengartikan koran yang dapat membantu mereka di kehidupan pribadi mereka sebagai alat untuk sumber inspirasi.

Pembaca jenis ini mampu memosisikan koran sebagai *writerly teks* yang menawarkan produksi kejadian nyata yang banyak jenisnya, dan bukan sebatas apa yang ditawarkan oleh seorang penulis redaksi saja, tapi juga pada upaya yang dilakukan pembaca agar bisa mempengaruhi pembaca lain untuk memberikan respon yang positif.

Setiap koran dapat dinikmati oleh semua orang, dengan pengecualian bahwa semua media hanya melayani komunitas dimana ia berada, jumlah khalayak setiap media juga dibatasi oleh selera, kepentingan, dan motivasi publik serta selalu adanya seleksi antara media dan juga pembaca.

D. Industri Media

Bagi para industri media, industry digital layaknya pisau yang bermata ganda. Disatu sisi, adanya revolusi digital dapat membuka peluang bagi mereka yang menjadi pemilik, pengelola ataupun pekerja industry-industri media dengan dukungan modal yang kuat untuk terus berekreasi dan berinovasi agar mereka bisa mendapatkan beragam jenis sumber-sumber pendapatan dan keuntungan baru.

Dibandingkan dengan sector-sektor industry dan jasa yang lain, industry media merupakan salah satu sector yang sangat kompetitif. Perkembangan dan

kelangsungan sector industry ini juga memerlukan sumber-sumber financial dan non financial yang sangat besar semata. Lebih dari itu, sector industry ini juga selalu dituntut untuk dapat senantiasa beradaptasi dengan perkembangan zaman. Media massa harus mampu membuat berita atau program yang menarik, sehingga layak dijual kepada khalayak sebagai nilai tambah secara ekonomis bagi perusahaan.

Proses pengelolaan informasi atau program kemudian menghasilkan keuntungan bagi perusahaan membutuhkan proses manajemen yang dikelola dengan baik. Manajemen yang dilakukan secara efektif dan efisien dapat mengantarkan perusahaan media masa mencapai target dan tujuan yang telah direncanakan. Perubahan teknologi berperan mempengaruhi pelaksanaan kegiatan manajemen media. Misalnya, sekarang internet digunakan wartawan untuk mengirim berita ke redaktur. Sebelum menggunakan internet wartawan menggunakan media analog seperti (telepon/ FAX) untuk mengirim berita.

Pengelola dan pengamat industri media harus mampu memahami tantangan dan peluang bidang ilmu manajemen media dalam konteks kehidupan media nasional maupun global yang sangat menarik. Manajemen media adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dapat dilakukan dengan baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun sosial, media sebagai institusi komersial maupun sebagai institusi sosial. Media dipelajari secara lengkap, karakteristiknya, posisi dan peranannya dalam lingkungan dan sistem ekonomi, sosial, politik tempat media itu berada. Termasuk di dalamnya

memperelajari perkembangan teknologi yang mempengaruhi dan harus diantisipasi oleh manajemen media.

Media massa dapat pula dikatakan sebagai bentuk dari ruang publik, karena media massa merupakan sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan menyatakan pendapat mengenai isu-isu yang sedang berkembang.²⁷

E. Radar Kediri

Radar Kediri merupakan surat kabar harian lokal yang berada di Kediri, Jawa Timur, Indonesia, tepatnya di Jalan Gampeng No. 45 Gampengrejo. Radar Kediri terbit pertama kali pada 12 Juli 1999. Koran ini memiliki wilayah edar seperti Kabupaten/ Kota Kediri, Nganjuk, Kabupaten/ Kota Blitar, Tulungagung, Trenggalek, dan Jombang. Namun pada tahun 2002 wilayah jombang memecah dan bergabung menjadi bagian dari wilayah Radar Mojokerto yang kemudian, pada tahun 2002 sampai saat ini wilayah edar Radar Kediri hanya meliputi wilayah Kabupaten/ Kota Kediri dan wilayah Nganjuk.

Radar Kediri saat ini menjadi induk perusahaan, karena menganggap bahwa berita lokal memiliki memiliki proximity tinggi dan terakui sehingga, dianggap mempunyai potensi besar untuk berdiri sendiri.

Radar Kediri juga memiliki beberapa wartawan yang terbagi ke beberapa jenis yang diantaranya, yaitu pendidikan, politik, kesehatan, ekonomi/

²⁷ Taufik Al Amin, “*Ruang Publik dan Pemberdayaan Masyarakat*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, hlm.155.

bisnis, sport, serta kriminal dan juga hukum. Radar kediri terus melakukan inovasi dengan membuat banyak konten-konten menarik sehingga tetap terus diminati oleh masyarakat di setiap kalangan usia.